



TRAINING PROGRAM

“HOW TO BECOME DIGITAL ENTREPRENEUR?”

MARCH - APRIL 2023
2022-3-MK01-KA210-YOU-00009748

Table of Contents

S T R U C T U R E

02.

Introduction

03.

General info about the training programme

04-10.

Entrepreneurship, business models and environment and generation of business ideas

11-17.

Digital Marketing Fundamentals, Key Components of a Digital Marketing Strategy framework, KPI's

18-20.

Proposed Agenda for the Training

The project *How to become a digital entrepreneur?* aims to equip young people from North Macedonia, Bulgaria and Poland to become future digital entrepreneurs. The project is led by the **Association for Cultural and Educational Development YOUTH ON BOARD from Stip**, North Macedonia in partnership with **Via Civic Association from Bulgaria** and **Stowarzyszenie Rozprawy o Europie from Poland** funded by the Erasmus+ programme, Small-scale partnerships in youth.

The overall project objective is to prepare young people from North Macedonia, Bulgaria and Poland to become future digital entrepreneurs. In addition, it will 1) create an innovative training program for digital entrepreneurs and 2) strengthen the capacities of 60 young people to become future digital entrepreneurs (20 per country).

A group of young people nominated by the project`s partners will enhance their digital skills needed for reskilling and upskilling so that they can develop their own enterprises, be employed in digital enterprises, or a company that intends to use the benefits of digital transformation. The project will combine digital and entrepreneurial skills for the professional preparing them to start their own local companies thus making them leaders in the economic market. It will also contribute to the digital transformation of society and the entrepreneurship community through the development of digital readiness, resilience and capacity of the young people who are the main target of this project. The young people will pass through several different modules and mentorship sessions that will prepare them to become future digital entrepreneurs.

GENERAL INFO ABOUT THE TRAINING PROGRAMME.

The training program for future digital entrepreneurs is targeting young people from North Macedonia, Bulgaria and Poland offering them an opportunity to become future young digital entrepreneurs. In specific, the training program will be used for strengthening the capacities of 60 young people from the targeted countries to become future digital entrepreneurs. The training program include theoretical and practical parts accompanied by lot of examples guiding participants to work on their business ideas. A combination of different methods - from formal and nonformal education are included in the training program.

The programme is divided into two parts. The first part is Entrepreneurship, business models and environment and generation of business ideas while and the second part is Digital Marketing Fundamentals, Key Components of a Digital Marketing Strategy framework, KPI's.

The Entrepreneurship, business models, environment and generation of business ideas contains 2 modules, 8 sessions while each module has 4 sessions. Module 1 focuses on entrepreneurial culture and skills, creative problem solving and business idea generation. Module two covers business environment, digital business models and business model canvas.

The Digital Marketing Fundamentals, Key Components of a Digital Marketing Strategy framework, KPI's contains two modules and seven sessions. The first session is online and covers Digital Marketing Fundamentals, Introduction to various types of Digital Marketing, Digital Marketing Goals and Objectives, and Key Components of a Digital Marketing Strategy framework. The second session is offline and covers Integrated Digital Marketing, Elements of a strong brand strategy, Social Media Marketing, Content Marketing, and Learning performance measurement.

CONTENT OF THE TRAINING PROGRAM

Entrepreneurship, business models and environment and generation of business ideas

Table 1: Entrepreneurship, creative problem solving and generation of business ideas

Name	Digi - entrepreneurship, creative problem solving and generation of business ideas
------	--

Objectives

- Better understanding of entrepreneurship and its impact on society.
- Gained knowledge and skills on creative problem solving and generation of business ideas.
- Created problem tree.
- Generated ideas for the solutions of the previously registered problem.
- Selection of the optimal idea as a solution of the problem.
- Increased self-empowerment, self-confidence and feeling of independence.
- Increased competitiveness on the labour market.
- Increased motivation for starting their own business.

Method

The training is based in the experiential learning methodology.

Experiential learning is a methodology that emphasizes learning through hands-on experience, reflection, and action. Experiential learning involves a four-step process: experiencing, reflecting, conceptualizing, and applying. In the experiencing stage, participants engage in an activity that challenges them to apply their knowledge and skills in a real-world context. In the reflecting stage, participants reflect on their experiences and identify key insights and lessons learned. In the conceptualizing stage, participants integrate their experiences into broader concepts and theories. Finally, in the applying stage, participants apply what they have learned to new situations.

One of the key benefits of experiential learning is that it allows participants to develop practical skills and competencies that are applicable in the real world, through gained experience, taking ownership of their learning and teamwork.

Sessions outline

- **Session 1: Introduction and ice-breakers:**

Exercise: Day in the life of an entrepreneur: What and who are entrepreneurs? Abilities and characteristics of Digi – entrepreneurs.

- **Session 2: Generation of business (green) ideas through the methodology of Creative problem solving (CPS model).**

Exercise: Creating a problem tree

- **Session 3: Generation, selection, and evaluation of business ideas. Brainstorming technique. SCAMPER technique.**

Exercise: List of 50 aspirations; COCD box for selection of ideas and evaluation matrix.

Session 4: Discussion and evaluation

Referential materials

- EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework, <https://eige.europa.eu/resources/lfna27939enn.pdf>
- DigComp Framework, https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digcomp-framework_en
- Creative Education Foundation (2015). The CPS Process, <https://www.creativeeducationfoundation.org/what-is-cps/>
- Puccio, G., Mance, M., and Murdock, M. (2011). Creative Leadership: Skills That Drive Change (2nd Ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.

Participants

60 participants from the three partner countries (20 each) – young people with a need for skills in digital entrepreneurship and development of own business.

Table 2: Business environment, (digital) business models and Business Model Canvas

Name	Business environment, (digital) business models and Business Model Canvas
<p>Objectives</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Developed knowledge about the factors of business environment and their importance for the business • Enhanced knowledge about business models – their purpose, types, and elements • Acquired skills for business model development • Developed Business Model Canvas for a business idea • Improved skills in team work
<p>Method</p>	<p>The training is based in the experiential learning methodology. Experiential learning is a methodology that emphasises learning through hands-on experience, reflection, and action. Experiential learning involves a four-step process: experiencing, reflecting, conceptualising, and applying. In the experiencing stage, participants engage in an activity that challenges them to apply their knowledge and skills in a real-world context.</p>

Method

In the reflecting stage, participants reflect on their experiences and identify key insights and lessons learned. In the conceptualizing stage, participants integrate their experiences into broader concepts and theories. Finally, in the applying stage, participants apply what they have learned to new situations.

One of the key benefits of experiential learning is that it allows participants to develop practical skills and competencies that are applicable in the real world, through gained experience, taking ownership of their learning and teamwork.

Sessions Outline

- **Session 1: Introduction and ice-breakers**

Business environment – factors and influence;

Tools and examples of business environment analysis

- **Session 2: (Digital) Business models – types and characteristics**

Examples of digital business models

- **Session 3: Business Model Canvas – elements and examples**

Exercise: Development of a Business Model Canvas for a business idea (teamwork)

- **Session 4: Discussion and evaluation**

Referential materials

- Marketing management 14th ed., P. Kotler and K.L.Keller, 2012, Pearson Education, Inc., https://cdn.website-editor.net/25dd89c80efb48d88c2c233155dfc479/files/uploaded/Kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf
- Principles of Marketing 2nd ed., P. Kotler et.al., 1999, Prentice Hall Inc., <https://ipsedu.in/downloads/MBABooks/principles-of-marketing-philip-kotler.pdf>
- The Marketing Book, M. Baker, 2003, Butterworth-Heinemann An imprint of Elsevier Science, <https://htbiblio.yolasite.com/resources/Marketing%20Book.pdf>
- K. Reed. (2020) Strategic Management. Blacksburg, VA: Virginia Tech Publishing. <https://vttechworks.lib.vt.edu/handle/10919/99282>
- W. Colin (Colin M.) Strategic management, 2004, PALGRAVE MACMILLAN, <http://drama.com/wpcontent/uploads/2013/10/Strategic-Management.pdf>
- Business Model Canvas, Strategyzer AG, Zone Industrielle (ZI) Le Tres 9B 1028 Préverenges, Switzerland, <https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>
- Digital Business Models Driving Transformation and Innovation, Editor Annabeth Aagaard, 2019, Springer International Publishing AG, https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_b2c8f17b97be0bc97c3fbb133d80196defb2148f_1643016133.pdf

Participants

60 participants from the three partner countries – young people with a need for skills in digital entrepreneurship and development of own business.

Digital Marketing Fundamentals, Key Components of a Digital Marketing Strategy framework, KPI's

Table 3: Digital Marketing Fundamentals, Key Components of a Digital Marketing Strategy framework, KPI's

Name	Digital Marketing Fundamentals, Key Components of a Digital Marketing Strategy framework and KPI's
Objectives	<ul style="list-style-type: none">• Developing critical thinking and problem-solving skills: Digital marketing requires strategic thinking, problem-solving, and creativity, which can help develop these skills.• Exploring entrepreneurship: Digital marketing skills can be valuable for students interested in starting their own businesses.• Staying up to date with technology: Digital marketing is constantly evolving as new technologies and platforms emerge, so learning digital marketing can help students stay up to date with the latest trends and advancements in technology.• Enhancing employability: Digital marketing skills are highly sought after by employers across a variety of industries, making students more attractive to potential employers.

Method

Interactive learning that gets students actively involved in the learning process through discussion, questions and sharing of experiential knowledge.

Training provided through case studies, images, presentation, videos, and practical examples from the three included countries.

Through this interactive learning, students are encouraged to collaborate, express their opinions, and explore different perspectives, creating a dynamic and engaging classroom environment. Moreover, the sharing of personal experiences and knowledge fosters a sense of community and peer learning, as students learn from one another's diverse backgrounds and perspectives.

Sessions outline

- **Session 1: Introduction to Digital Marketing, Introduction of the types of Digital Marketing, Marketing Mix (The 4ps of Marketing)**

Digital Marketing Goals and Objectives.
Marketing Funnel and Key Performance Indicators

- **Session 2: Digital Marketing Strategy, Key Components of a Digital Marketing Strategy framework: intent, insights, best moves, content, channels.**

Exercise: Digital Marketing Strategy framework for famous brands. How Coca-Cola retains their customers and the strategy behind it.

Sessions outline

- **Session 3: Introduction to Lead generation, Key elements, Call-to-Action, Landing pages of popular brands, best practises.**

Digital Marketing Tools and Automation.

Referential materials

- Digital Marketing Strategy - An Integrated Approach to Online Marketing - Simon Kingsnorth
- Investopedia
(<https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp>)
- Hubspot blog
(<https://blog.hubspot.com/marketing/beginner-inbound-lead-generation-guide-ht>)
- Coca-Cola Case Study – Research gate
(https://www.researchgate.net/publication/366463711_Case_study_on_the_Coca-Cola_Company_Prepared_by_Durdona_Bakhodirova_mor88_group)

Participants

A group of 60 young participants, with 20 individuals from each of the three partner countries, share a common need for skills in digital entrepreneurship and developing a digital marketing knowledge.

Table 4: Integrated Digital Marketing

Name	Integrated Digital Marketing – Brand Strategy, Digital Marketing Plan and Performance Measurement
Objectives	<ul style="list-style-type: none">• Improved communication skills: Content marketing and social media marketing require students to communicate effectively through various mediums such as text, graphics, and video.• Understanding consumer behavior: Digital marketing provides insights into consumer behavior and preferences through analytics and data analysis, allowing students to understand their target audience and develop effective marketing strategies.• Increased creativity: Content marketing and social media marketing require students to come up with creative ideas for engaging and interesting content.• Improved digital literacy: Learning content marketing and social media marketing can improve students' digital literacy by exposing them to various digital tools and platforms.• Understanding the importance of branding: Learning about brand identity can help students understand the importance of branding in creating a successful business or organization.

Objectives

- Greater flexibility and convenience: E-commerce enables businesses to operate online, providing greater flexibility and convenience for both businesses and consumers. Learning e-commerce can help students understand the potential of online business and the benefits it can offer.

Interactive learning gets students actively involved in the learning process through discussion, questions and sharing of experiential knowledge.

The training will be provided through case studies, images, presentations, videos, and practical examples from the three included countries.

Method

Through this interactive learning, students are encouraged to collaborate, express their opinions, and explore different perspectives, creating a dynamic and engaging classroom environment. Moreover, the sharing of personal experiences and knowledge fosters a sense of community and peer learning, as students learn from one another's diverse backgrounds and perspectives.

Sessions outline

- **Session 1: Elements of a strong brand strategy; Unique Value Proposition.**

Exercise: Target Audience; Building a brand persona.

- **Session 2: Social Media Marketing; Organic vs Paid social media; Business Ads Manager**

Templates for Social Media Planning.

Content Marketing.

- **Session 3: Digital Marketing Strategy Plan.**

Exercise: Creating a Digital Marketing Strategy Plan.

Creating digital content using a Marketing tool – Canva

- **Session 4: Learning performance measurement.**

Referential materials

- Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will Listen (https://www.stanventures.com/blog/digital-marketing-books-professional-read/#13_Building_a_Story_Brand_-_Donald_Miller)
- Hooked: How to Build Habit-Forming Products - Nir Eyal
- Hootsuite blog
(<https://blog.hootsuite.com/social-media-best-practices/>)
- Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing - Simon Kingsnorth
- Sprout blog
(<https://sproutsocial.com/insights/>)

Referential materials

- Hello, My Name Is Awesome: How to Create Brand Names That Stick - Alexandra Watkins
- Social Media Today (<https://www.socialmediatoday.com/>)
- Rock content (<https://rockcontent.com/blog/>)
- Entrepreneur (<https://www.entrepreneur.com>)

Participants

A group of 60 young participants, with 20 individuals from each of the three partner countries, share a common need for skills in digital entrepreneurship and developing a digital marketing knowledge.

PROPOSED AGENDA

01

DAY

- Introduction
- Ice- breaker
- Business environment – factors and influence
- Tools and examples of business environment analysis: (Digital) Business models – types and characteristics
Examples of digital business model
- Business Model Canvas – elements and examples
Exercise: Development of a Business Model Canvas for a business idea (teamwork)

02

DAY

- Generation of business (green) ideas
- Methodology of Creative problem solving (CPS model)
- Generation, selection, and evaluation of business ideas.
- Brainstorming technique. SCAMPER technique.
- *Exercise: Development of a Business Model Canvas for a business idea (teamwork) part 2*

PROPOSED AGENDA

03

DAY

- Ice- breaker
- Introduction to Digital Marketing
- Marketing Mix
- Digital Marketing Goals and Objectives
- Marketing Funnel and Key Performance Indicators (KPIs)

04

DAY

- Digital Marketing Strategy
- Key Components of a Digital Marketing Strategy Framework: Intent, insights, best moves, content, channels.
- Introduction to Lead Generation
- Digital Marketing Tools and Automation.

PROPOSED AGENDA

05 DAY

- Exercise: Development of a Business Model Canvas for a business idea (teamwork) part 3
- Development of a Digital Marketing Strategy for the business idea
- Presentation

Erasmus+
Enriching lives, opening minds.

 Европска Унија



Co-funded by
the European Union

FUNDED BY THE EUROPEAN UNION. VIEWS AND OPINIONS EXPRESSED ARE HOWEVER THOSE OF THE AUTHOR(S) ONLY AND DO NOT NECESSARILY REFLECT THOSE OF THE EUROPEAN UNION OR THE EUROPEAN EDUCATION AND CULTURE EXECUTIVE AGENCY (EACEA). NEITHER THE EUROPEAN UNION NOR EACEA CAN BE HELD RESPONSIBLE FOR THEM.



ПРОГРАМА ЗА ОБУКА "КАКО ДА СТАНЕТЕ ДИГИТАЛЕН ПРЕТПРИЕМАЧ?"

2022-3-MK01-KA210-YOU-00009748
ПРОЕКТ: КАКО ДА СЕ СТАНЕ ДИГИТАЛЕН ПРЕТПРИЕМАЧ?
МАРТ - АПРИЛ 2023

A

H

N

K

R

D

O

C

02.

Вовед

03.

Општи информации за програмата за обука

04-10.

Претприемништво, бизнис модели и животната средина и генерирање на бизнис идеи

11-17.

Основи на дигитален маркетинг, клучни компоненти на рамка за стратегија за дигитален маркетинг, KPI

Проектот **Како да се стане дигитален претприемач?** има за цел да ги обучи младите од Северна Македонија, Бугарија и Полска да станат идни дигитални претприемачи. Проектот е предводен од Здружението за културен и образовен развој YOUTH ON BOARD од Штип, Северна Македонија во партнерство со Via Civic Association од Бугарија и Stowarzyszenie Rozprawy o Europie од Полска финансиран од програмата Еразмус+, Партнерства од мали размери кај младите.

Проектот цели да ги подготви младите од Северна Македонија, Бугарија и Полска да станат идни дигитални претприемачи. Дополнително истиот 1) ќе создаде иновативна програма за обука за дигитални претприемачи и 2) ќе ги зајакне капацитетите на 60 млади луѓе да станат идни дигитални претприемачи (20 по земја).

Група млади луѓе номинирани од партнерите на проектот ќе ги подобрат своите дигитални вештини потребни за преквалификација и усовршување за да можат да развијат свои дигитални претпријатија, да се вработат во дигитални претпријатија или во таква која има намера да ги користи придобивките од дигиталната трансформација.

Проектот ќе ги комбинира дигиталните и претприемачките вештини за идните претприемачи кои ги подготвуваат да основаат свои локални компании со што ќе станат лидери на економскиот пазар. Исто така, ќе придонесе за дигитална трансформација на општеството и претприемничката заедница преку развој на дигитална подготвеност, издржливост и капацитет на младите луѓе кои се главна цел на овој проект. Младите ќе поминат низ неколку различни модули и сесии за менторство кои ќе ги подготват да станат идни дигитални претприемачи.

ОПШТИ ИНФОРМАЦИИ ЗА ТРЕНИНГ ПРОГРАМАТА

Програмата за обука за идни дигитални претприемачи е наменета кон млади луѓе од Северна Македонија, Бугарија и Полска, нудејќи им можност да стекнат вештини за идни млади дигитални претприемачи. Конкретно, програмата за обука ќе зајакне капацитети на 60 млади луѓе од трите земји да станат идни дигитални претприемачи. Програмата вклучува теоретски и практични делови придружени со многу примери кои ги водат учесниците да работат на нивните бизнис идеи. Комбинација на различни методи - од формално и неформално образование се вклучени во неа.

Програмата е поделена на два дела. Првиот дел е претприемништво, бизнис модели и опкружување и генерирање бизнис идеи, додека вториот дел е Основи на дигитален маркетинг, клучни компоненти на рамка за дигитална маркетинг стратегија, KPI's.

Претприемништво, бизнис модели, опкружување и генерирање бизнис идеи содржи 2 модули, 8 сесии додека секој модул има 4 сесии. Модул 1 се фокусира на претприемничка култура и вештини, креативно решавање проблеми и генерирање бизнис идеи. Модулот два опфаќа деловно опкружување, дигитални деловни модели и платно за бизнис модели.

Основите на дигиталниот маркетинг, клучните компоненти на рамката за стратегија за дигитален маркетинг, KPI содржи два модула и седум сесии. Првата сесија е онлајн и ги опфаќа основите на дигиталниот маркетинг, вовед во различни типови на дигитален маркетинг, цели и цели на дигиталниот маркетинг и клучните компоненти на рамката на стратегијата за дигитален маркетинг. Втората сесија е офлајн и опфаќа интегриран дигитален маркетинг, елементи на стратегија за силен бренд, маркетинг на социјалните медиуми, маркетинг на содржина и мерење на перформансите на учењето.

СОДРЖИНА НА ТРЕНИНГ ПРОГРАМАТА

Претприемништво, бизнис модели и опкружување и генерирање бизнис идеи

Табела 1: Претприемништво, креативно решавање проблеми и генерирање бизнис идеи

Име	Дигитално претприемништво, креативно решавање проблеми и генерирање бизнис идеи
Цели	<ul style="list-style-type: none">• Подобро разбирање на претприемништвото и неговото влијание врз општеството.• Стекнување на знаења и вештини за креативно решавање проблеми и генерирање бизнис идеи.• Создадено дрво на проблеми.• Генерирани идеи за решенијата на претходно регистрираниот проблем.• Зголемено самозајакнување, самодоверба и чувство на независност.• Зголемена конкурентност на пазарот на трудот.• Зголемена мотивација за започнување сопствен бизнис.

Методи

Обуката се базира на методологијата за искуствено учење. Искуствено учење е методологија која го нагласува учењето преку практично искуство, размислување и акција. Искуственото учење вклучува процес од четири чекори: доживување, размислување, концептуализација и примена. Во фазата на доживување, учесниците се вклучуваат во активност што ги предизвикува да ги применат своите знаења и вештини во реален контекст. Во фазата на размислување, учесниците размислуваат за нивните искуства и ги идентификуваат клучните согледувања и научените лекции. Во фазата на концептуализација, учесниците ги интегрираат своите искуства во пошироки концепти и теории. Конечно, во фазата на аплицирање, учесниците го применуваат она што го научиле во нови ситуации.

Една од клучните придобивки на искуственото учење е тоа што им овозможува на учесниците да развијат практични вештини и компетенции кои се применливи во реалниот свет, преку стекнатото искуство, преземањето сопственост на нивното учење и тимската работа.

Приказ на сесијата

- **Сесија 1: Вовед и игра за запознавање:**

Вежба: Ден во животот на еден претприемач: Кои се претприемачи? Способности и карактеристики на дигиталните претприемачи.

- **Сесија 2: Генерирање бизнис (зелени) идеи преку методологијата на креативно решавање проблеми (CPS модел).**

Вежба: Креирање на дрво за проблеми

- **Сесија 3: Генерирање, избор и евалуација на бизнис идеи. Техника за бура на идеи. SCAMPER техника.**

Вежба: Список од 50 аспирации; COCD кутија за избор на идеи и матрица за оценување.

- **Сесија 4: Дискусија и евалуација**

Користена литература

- EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework, <https://eige.europa.eu/resources/lfna27939enn.pdf>
- DigComp Framework, https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp/digcomp-framework_en
- Creative Education Foundation (2015). The CPS Process, <https://www.creativeeducationfoundation.org/what-is-cps/>
- Puccio, G., Mance, M., and Murdock, M. (2011). Creative Leadership: Skills That Drive Change (2nd Ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.

Учесници

60 учесници од трите земји партнери (по 20 од секоја) – млади луѓе со потреба од вештини за дигитално претприемништво и развој на сопствен бизнис.

Табела 2: Деловно опкружување, (дигитални) деловни модели и Business Model Canvas

Име	Табела 2: Деловно опкружување, (дигитални) деловни модели и Business Model Canvas
Цели	<ul style="list-style-type: none">• Развиено знаење за факторите на деловното опкружување и нивното значење за бизнисот;• Зголемено знаење за деловните модели – нивната цел, типови и елементи;• Стекнати вештини за развој на бизнис модел;• Развиен Business Model Canvas за различни бизнис идеи• Подобрени вештини за тимска работа
Методи	<p>Обуката се базира на методологијата за искусвено учење. Искусвено учење е методологија која го нагласува учењето преку практично искуство, размислување и акција. Искусвеното учење вклучува процес од четири чекори: доживување, размислување, концептуализација и примена. Во фазата на доживување, учесниците се вклучуваат во активност што ги предизвикува да ги применат своите знаења и вештини во реален контекст.</p>

Методи

Во фазата на размислување, учесниците размислуваат за нивните искуства и ги идентификуваат клучните согледувања и научените лекции. Во фазата на концептуализација, учесниците ги интегрираат своите искуства во пошироки концепти и теории. Конечно, во фазата на аплицирање, учесниците го применуваат она што го научиле во нови ситуации.

Една од клучните придобивки на искусственото учење е тоа што им овозможува на учесниците да развијат практични вештини и компетенции кои се применливи во реалниот свет, преку стекнатото искуство, преземањето сопственост на нивното учење и тимската работа.

Приказ на сесијата

- **Сесија 1:** Вовед
- Деловно опкружување – фактори и влијание;
- Алатки и примери за анализа на деловното опкружување
- **Сесија 2:** (Дигитални) Деловни модели – типови и карактеристики
- Примери на дигитални деловни модели
- **Сесија 3:** Платно за бизнис модел – елементи и примери

Вежба: Развој на платно за бизнис модел за бизнис идеја (тимска работа)

- **Сесија 4:** Дискусија и евалуација

Користена литература

- Marketing management 14th ed., P. Kotler and K.L.Keller, 2012, Pearson Education, Inc., https://cdn.website-editor.net/25dd89c80efb48d88c2c233155dfc479/files/uploaded/Kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf
- Principles of Marketing 2nd ed., P. Kotler et.al., 1999, Prentice Hall Inc., <https://ipsedu.in/downloads/MBABooks/principles-of-marketing-philip-kotler.pdf>
- The Marketing Book, M. Baker, 2003, Butterworth-Heinemann An imprint of Elsevier Science, <https://htbiblio.yolasite.com/resources/Marketing%20Book.pdf>
- K. Reed. (2020) Strategic Management. Blacksburg, VA: Virginia Tech Publishing. <https://vtechworks.lib.vt.edu/handle/10919/99282>
- W. Colin (Colin M.) Strategic management, 2004, PALGRAVE MACMILLAN, <http://drama.com/wpcontent/uploads/2013/10/Strategic-Management.pdf>
- Business Model Canvas, Strategyzer AG, Zone Industrielle (ZI) Le Tres 9B 1028 Préverenges, Switzerland, <https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>
- Digital Business Models Driving Transformation and Innovation, Editor Annabeth Aagaard, 2019, Springer International Publishing AG, https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_b2c8f17b97be0bc97c3fbb133d80196defb2148f_1643016133.pdf

Учесници

60 учесници од трите земји партнери – млади луѓе со потреба од вештини за дигитално претприемништво и развој на сопствен бизнис.

Основи на дигитален маркетинг, клучни компоненти на рамка за стратегија за дигитален маркетинг, KPI

Табела 3: Основи на дигитален маркетинг, клучни компоненти на рамка за стратегија за дигитален маркетинг, KPI

Име	Основи на дигитален маркетинг, клучни компоненти на рамка за стратегија за дигитален маркетинг и KPI
Цели	<ul style="list-style-type: none">• Развој на критичко размислување и вештини за решавање проблеми.• Истражување на претприемништвото.• Останете во тек со технологијата: Дигиталниот маркетинг постојано се развива како што се појавуваат нови технологии и платформи, па учењето на дигиталниот маркетинг може да им помогне на студентите да останат во тек со најновите трендови и напредок во технологијата.• Подобрување на вработливоста: Вештините за дигитален маркетинг се многу барани од работодавците во различни индустрии, што ги прави студентите попривлечни за потенцијалните работодавци.

Методи

Интерактивно учење - ги вклучува учениците активно во процесот на учење преку дискусија, прашања и споделување на искуствено знаење.

Обуката се реализира преку студии на случај, слики, презентации, видеа и практични примери од трите вклучени земји.

Преку ова интерактивно учење, учениците се охрабруваат да соработуваат, да ги изразат своите мислења и да истражуваат различни перспективи, создавајќи динамична и привлечна средина во училницата. Згора на тоа, споделувањето на лични искуства и знаења поттикнува чувство на заедница и учење од врсници, бидејќи учениците учат едни од различни потекла и перспективи.

Приказ на сесијата

- **Сесија 1: Вовед во дигитален маркетинг, Вовед во типовите на дигитален маркетинг, маркетинг микс (The 4ps of Marketing)**
- Цели и цели на дигитален маркетинг. Маркетинг инка и клучни показатели за изведба
- **Сесија 2: Стратегија за дигитален маркетинг, клучни компоненти на рамка за стратегија за дигитален маркетинг: намера, увид, најдобри потези, содржина, канали.**

Вежба: Рамка за стратегија за дигитален маркетинг за познати брендови. Како Coca-Cola ги задржува своите клиенти и стратегијата зад неа?

Приказ на сесијата

- **Сесија 3: Вовед во генерирање на потенцијални клиенти, Клучни елементи, Повик за акција, Целни страници на популарни брендови, најдобри практики.**
- Алатки за дигитален маркетинг и автоматизација.

Користена литература

- Digital Marketing Strategy - An Integrated Approach to Online Marketing - Simon Kingsnorth
- Investopedia
(<https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp>)
- Hubspot blog
(<https://blog.hubspot.com/marketing/beginner-inbound-lead-generation-guide-ht>)
- Coca-Cola Case Study – Research gate
(https://www.researchgate.net/publication/366463711_Case_study_on_the_Coca-Cola_Company_Prepared_by_Durdo_na_Bakhodirova_mo-88_group)

Учесници

Група од 60 млади учесници, со 20 поединци од секоја од трите земји партнери.

Табела 4: Интегриран дигитален маркетинг

Име	Интегриран дигитален маркетинг – стратегија за бренд, план за дигитален маркетинг и мерење на перформансите
Цели	<ul style="list-style-type: none">• Подобрени комуникациски вештини: Содржинскиот маркетинг и маркетингот на социјалните медиуми бараат од студентите ефективно да комуницираат преку различни медиуми како текст, графика и видео.• Разбирање на однесувањето на потрошувачите• Зголемена креативност• Подобрена дигитална писменост: учењето маркетинг на содржина и маркетингот на социјалните медиуми може да ја подобри дигиталната писменост на учениците изложувајќи ги на различни дигитални алатки и платформи.• Разбирање на важноста на брендирањето: Учењето за идентитетот на брендот може да им помогне на учениците да ја разберат важноста на брендирањето во создавањето успешен бизнис или организација.

Цели

- Поголема флексибилност и практичност: Е-трговијата им овозможува на бизнисите да работат онлајн, обезбедувајќи поголема флексибилност и погодност и за бизнисите и за потрошувачите. Учењето на е-трговија може да им помогне на студентите да го разберат потенцијалот на онлајн бизнисот и придобивките што тој може да ги понуди.

Интерактивното учење ги вклучува учениците активно во процесот на учење преку дискусија, прашања и споделување на искуствено знаење.

Обуката ќе биде обезбедена преку студии на случај, слики, презентации, видеа и практични примери од трите вклучени земји.

Методи

Преку ова интерактивно учење, учениците се охрабруваат да соработуваат, да ги изразат своите мислења и да истражуваат различни перспективи, создавајќи динамична и привлечна средина во училницата. Згора на тоа, споделувањето на лични искуства и знаења поттикнува чувство на заедница и учење од врсници, бидејќи учениците учат едни од различни потекла и перспективи.

Приказ на сесијата

- **Сесија 1: Елементи на стратегија за силна бренд; Единствена понуда за вредност.**

Вежба: Целна публика; Градење на личност на брендот.

- **Сесија 2: Маркетинг на социјалните медиуми; Органски наспроти платени социјални медиуми; Менаџер за деловни реклами**
- **Шаблони за планирање на социјалните медиуми.**
- **Маркетинг со содржина.**
- **Сесија 3: План за стратегија за дигитален маркетинг.**

Вежба: Креирање на план за стратегија за дигитален маркетинг.

- **Креирање дигитална содржина со помош на маркетинг алатка – Canva**
- **Сесија 4: Мерење на перформансите на учењето.**

Користена литература

- Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will Listen (https://www.stanventures.com/blog/digital-marketing-books-professional-read/#13_Building_a_Story_Brand_-_Donald_Miller)
- Hooked: How to Build Habit-Forming Products - Nir Eyal
- Hootsuite blog (<https://blog.hootsuite.com/social-media-best-practices/>)
- Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing - Simon Kingsnorth
- Sprout blog (<https://sproutsocial.com/insights/>)

Користена литература

- Hello, My Name Is Awesome: How to Create Brand Names That Stick - Alexandra Watkins
- Social Media Today (<https://www.socialmediatoday.com/>)
- Rock content (<https://rockcontent.com/blog/>)
- Entrepreneur (<https://www.entrepreneur.com>)

Учесници

Група од 60 млади учесници, со 20 поединци од секоја од трите земји партнери.

Erasmus+
Enriching lives, opening minds.

 Европска Унија



Co-funded by
the European Union

FUNDED BY THE EUROPEAN UNION. VIEWS AND OPINIONS EXPRESSED ARE HOWEVER THOSE OF THE AUTHOR(S) ONLY AND DO NOT NECESSARILY REFLECT THOSE OF THE EUROPEAN UNION OR THE EUROPEAN EDUCATION AND CULTURE EXECUTIVE AGENCY (EACEA). NEITHER THE EUROPEAN UNION NOR EACEA CAN BE HELD RESPONSIBLE FOR THEM.

